

INDICADORES DE DESEMPEÑO VERSIÓN PROYECTO DE LEY AÑO 2022

MINISTERIO	MINISTERIO SECRETARIA GENERAL DE GOBIERNO	PARTIDA	20
SERVICIO	CONSEJO NACIONAL DE TELEVISION	CAPÍTULO	02

Producto Estratégico al que se Vincula	Indicador	Formula de Cálculo	Efectivo 2018	Efectivo 2019	Efectivo 2020	Efectivo a Junio 2021	Meta 2022	Notas
•Supervisión de los Contenidos de televisión	<u>Eficacia/Producto</u> 1 Porcentaje de minutos de programas matinales de TV Abierta en horario de protección fiscalizados por oficio en el año t, respecto del promedio de los 3 últimos años. Aplica Desagregación por Sexo: NO Aplica Gestión Territorial: NO	(Sumatoria de minutos de programas matinales de TV Abierta en horario de protección fiscalizados por oficio en el año t/Promedio de minutos de programas matinales fiscalizados por oficio en los 3 últimos años)*100	9 % (2610/29326)*100	12 % (1200/9820)*100	137 % (13420/9820)*100	40 % (2310/5743)*100	105 % (7037/6702)*100	1
•Estudios sobre televisión	<u>Eficacia/Producto</u> 2 Porcentaje de PRODUCTOS elaborados por el Depto. de Estudios, de acuerdo a los requerimientos oficiales, internos y externos, aprobados y/o divulgados a través de distintos medios Aplica Desagregación por Sexo: NO Aplica Gestión Territorial: NO	(N° de PRODUCTOS elaborados por el Depto. de Estudios, de acuerdo a los requerimientos oficiales, internos y externos, aprobados y/o divulgados a través de distintos medios/ N° total de PRODUCTOS elaborados por el Depto. de Estudios en el año t)*100	100 % (18/18)*100	100 % (25/25)*100	100 % (21/21)*100	80 % (12/15)*100	100 % (15/15)*100	2
•Programa de Televisión Cultural y Educativa CNTV Infantil	<u>Eficacia/Producto</u> 3 Porcentaje de capítulos CNTV INFANTIL adaptados inclusivamente en el año t, respecto al total de capítulos realizados el año t-1 Aplica Desagregación por Sexo: NO Aplica Gestión Territorial: NO	(Número de capítulos CNTV INFANTIL adaptados inclusivamente en el año t /Número de capítulos de televisión cultural y educativa para niños de 4 a 12 años realizados por CNTV INFANTIL en el año t-1)*100	27.59 % (40.00/145.00)*100	51.30 % (79.00/154.00)*100	36.81 % (67.00/182.00)*100	0.00 % (0.00/177.00)*100	70.97 % (132.00/186.00)*100	3
•Programa de Fomento a la	<u>Eficacia/Producto</u>	(Hogares en el año T	3 %	2 %	3 %	4 %	3 %	4

<p>Calidad de la Televisión</p>	<p>4 Hogares en el año T que sintonizaron por TV Abierta de alcance nacional programas financiados por el Fondo CNTV / Hogares del Universo del Estudio People meter.</p> <p>Aplica Desagregación por Sexo: NO Aplica Gestión Territorial: NO</p>	<p>que sintonizaron por televisión abierta de alcance nacional programas financiados por el Fondo CNTV/Hogares del Universo del Estudio People meter) *100</p>	<p>(66313/2535 669)*100</p>	<p>(51266/2535 669)*100</p>	<p>(87460/2535 669)*100</p>	<p>(97816/2535 669)*100</p>	<p>(68346/2535 669)*100</p>	
---------------------------------	---	---	-----------------------------	-----------------------------	-----------------------------	-----------------------------	-----------------------------	--

Notas:

1. La fiscalización de oficio es el procedimiento administrativo de revisión de emisiones de contenido de televisión que busca determinar si un hecho constituye una eventual infracción al ¿correcto funcionamiento?, en base a los lineamientos que proporcionan la propia Ley N°18.838 y sus normas complementarias, el cual se inicia o activa a iniciativa del H. Consejo, o en el Departamento de Fiscalización y Supervisión, cuyo objeto fundamental es abordar segmentos programáticos vulnerables que complementan la inquietud ciudadana o que no son considerados entre las denuncias, permitiendo lograr una mayor proactividad en el rol fiscalizador del CNTV, en concordancia con los lineamientos que el marco normativo establece para la Institución.

Atendido a que los contenidos de televisión son en esencia una materia que se caracteriza por un gran dinamismo siempre existe la posibilidad que se detecten focos nuevos que requieran acciones de oficio imprevistas.

2. La televisión abierta se refiere a las transmisiones de contenidos de televisión efectuadas por un concesionario de televisión, que utiliza como medio de transporte de sus transmisiones, una fracción del espectro radio eléctrico que le ha asignado el estado, cuyo servicio se caracteriza por proporcionar a la ciudadanía el libre acceso a los contenidos emitidos.

3. El horario de protección corresponde a la franja horaria que se extiende entre las 6:00 y las 22.00 horas, que delimita el espacio de tiempo dentro del cual los servicios de televisión no pueden exhibir contenidos para mayores de 18 años y/o contenidos que puedan afectar la formación de la niñez.

4. La cuantificación de minutos de los matinales fiscalizados corresponde al tiempo total de exhibición del programa. Para efectos de la medición, se considerará a los programas matinales emitidos entre el 1 de enero al 30 de noviembre, esto debido al tiempo de proceso que conlleva la fiscalización y análisis de cada caso.

5. El período de ¿los últimos tres años? se refiere a los valores efectivos logrados en el año t-3, t-2 y t-1.

2. Los productos corresponderán a requerimientos oficiales, internos y externos provenientes de: Consejo; departamentos de la institución; audiencias (por ejemplo, a través de Transparencia); mundo académico y centros de estudios; poder legislativos (Comisiones); entre otros.

El Departamento también propondrá a la Autoridad, temas a analizar, estudios, noticias regulatorias y tendencias ¿de la industria y de las instituciones reguladoras- desde las que el CNTV puede identificar algunas lecciones aprendidas y vinculadas a la contingencia nacional e internacional.

Las solicitudes serán realizadas a través de oficios, Actas del H. Consejo, cartas oficiales, transparencia pasiva y/o oficina de partes y memos de la autoridad, o mails internos oficiales, conforme al plazo definido en la solicitud.

2. Los requerimientos son en referencia a lo acordado para su ejecución dentro del año t.

3. La gestión del conocimiento explica el trabajo que realiza el Departamento de Estudios: se compone de la producción análisis, elaboración, sistematización de datos de distinta naturaleza y su divulgación entre distintos públicos, generando soportes y promoviendo instancias conforme al propósito y destinatario que se trate. La amplitud de esta tarea puede ir desde la recolección de datos hasta la realización de un Seminario con la participación de expertos internacionales, con el objetivo de instalar agendas de políticas públicas y promover el debate sobre el quehacer regulatorio del CNTV.

4. Se entenderá por PRODUCTOS del Departamento de Estudios el resultado de un trabajo departamental que cumple con un fin institucional y que es de utilidad para distintos públicos al que responde el CNTV. Por ejemplo, se considerarán: Estudios, Informes, Análisis y Documentos que den cuenta de Seminarios, Coloquios, Charlas; y otros productos que el CNTV requiera.

5. La divulgación de los productos del Departamento de Estudios va a depender del objetivo y público al que van dirigidos, ya sea a través de la Web cuando es a público externo, y/o Intranet y/o correo institucional para informes reservados al Consejo y/o Actas del H. Consejo, y/o Comisiones e instituciones externas (Senado, Divisiones ministeriales, etc.)

3 1.- Capítulos CNTV INFANTIL se refiere a aquellos audiovisuales producidos con participación del equipo de CNTV Infantil, incluyendo la denominada producción propia y coproducción. Estos se encuentran dirigidos a público de 4 a 12 años.

2.- Capítulos adaptados inclusivamente: corresponde a capítulos realizados por CNTV Infantil a los cuales se incorpora lengua de señas chilena, subtítulo y audiodescripción.

3.- Los capítulos se adaptan inclusivamente una vez que están terminadas las series, a través de un proceso distinto que ocurre al año siguiente que una serie es realizada, por lo tanto, los capítulos que se adaptan en el año t son capítulos que fueron realizados en el año t-1.

4 El indicador analiza el promedio de hogares en el año T que sintonizaron por televisión abierta de alcance nacional los programas financiados por el Fondo CNTV, respecto de los hogares (2.535.669) que participan en el estudio.

Para el cálculo de número de hogares telespectadores efectivos se utiliza la herramienta TV Data, con la que cuenta el CNTV proveída por la empresa Kantar Ibope Media que permite acceder a éstos datos. Kantar IBOPE Media es especialista en medición electrónica de audiencias televisivas, proporcionando la información más amplia y precisa sobre consumo de medios. Cabe destacar que es la misma herramienta que utilizan los canales de televisión para la medición de audiencia.

El número promedio de hogares que sintonizan la oferta de programas emitidos por televisión abierta de cobertura nacional financiados por el Fondo CNTV corresponde al dato entregado por la herramienta TV DATA y todos los programas financiados por el Fondo que se emiten durante el año. Para la medición del indicador se tomarán los meses de enero a diciembre 2022.

Los hogares que participan en el estudio corresponde a un universo que considera 32 comunas del Gran Santiago más la comuna de Puente Alto y San Bernardo, Antofagasta, Viña del Mar, Valparaíso, Concepción, Talcahuano, Temuco, Padre las Casas, San Pedro de la Paz y Chiguayante (excluyendo a los hogares del GSE E y a las personas menores de 4 años) hay 7.812.158 individuos y en el caso de los hogares son 2.535.669 viviendas.

El Universo se compone La población de este estudio la constituyen los hogares y personas que habitan la zona urbana del Gran Santiago (32 comunas de la provincia de Santiago, más las comunas de Puente Alto y San Bernardo) y las comunas de Antofagasta, Valparaíso ? Viña del Mar, Concepción ? Hualpén ? Talcahuano ? Chiguayante ? San Pedro de la Paz, Temuco y Padre Las Casas. En total, 44 comunas.

Su distribución es por Grupo Socio Económico, tramos de edad, sexo y tenencia de TV Pago. Se aplica un filtro para que excluye hogares sin televisores, así como los del segmento E. Hay que tener presente que el Universo del Estudio People Meter no contempla al grupo socio económico E, hogares sin TV, ni personas menores de 4 años.

? Número total de Hogares con televisor para el Gran Santiago y Regiones, excluyendo al estrato E: 2.535.669 hogares.

? Número total de Personas de 4 años y más, en hogares con televisor, excluyendo al estrato E, del Gran Santiago y Regiones: 7.812.158 personas.

Determinación de Universos y muestras de hogares y personas

Los datos se actualizan anualmente. Para esto, se trabaja por separado las bases de datos del Gran Santiago y de Regiones.

Las fuentes de información para la construcción del universo son:

? Proyecciones de población. Se utiliza las proyecciones poblacionales 2021 basadas en el Censo 2017.

? Establishment Survey. Permite conocer la estructura de los nuevos universos que se desean construir, así como extraer la muestra de hogares en los que se instalarán audímetros.

Es una encuesta, con muestreo probabilístico basado en el Censo, planificada en 4 olas anuales. Para el año 2021, debido a la pandemia, que imposibilitó durante meses el trabajo de campo, se planificó la ejecución de ¼ de la muestra (ola 1).

De ese modo, la base de datos para la confección de los universos 2021 y para extraer la muestra de hogares donde se instalarán audímetros, se conformó con las olas 2, 3 y 4 del Establishment Survey 2019, más la ola 1 del año 2020.

La proyección de población del INE y las estructuras del Establishment Survey fueron balanceadas con el método de ajuste de marginales denominado Rim Weighting, frecuentemente utilizado en estudios de mercado, para aproximación iterativa por ajuste de mínimos cuadrados.

El Rim Weighting es utilizado frecuentemente en investigaciones por encuestas para compensar las representaciones desproporcionadas de segmentos específicos de una muestra. Este método desarrollado por el doctor W. Edwards Deming, ha sido usado, entre otros, por la Oficina del Censo de EEUU para sus encuestas. Para mayor información sugerimos consultar el Capítulo 7 del libro del Dr. Deming titulado Statistical Adjustment of Data.

